Vous voulez vivre et travailler au vert ?

* Port de moustache non-obligatoire

26 & 27 juin 2009
LIMOGES

PROJETS EN CAMPAGNE

5EME FOIRE NATIONALE

dossier de presse

www.projetsencampagne.com

SOMMAIRE

I- LE REGAIN D'INTÉRÊT DES URBAINS POUR LES ZONES RURALES - SONDAGE IFOP/PEC

II- TOUS LES DEUX ANS, LES CITADINS QUI VEULENT CHANGER DE VIE ET LES TERRITOIRES RURAUX QUI SOUHAITENT ACCUEILLIR DE NOUVEAUX HABITANTS SE RENCONTRENT À LIMOGES

III- QUATRE SECTEURS QUI OFFRENT DES PERSPECTIVES DE CRÉATION D'ACTIVITÉ OU D'EMPLOIS EN MILIEU RURAL

IV- DU "TRÈS CONCRET" PENDANT TOUTE LA MANIFESTATION !

V- LE PROFIL DES VISITEURS

VI- LES TROPHÉES DE L'ACCUEIL

VII- LES CO-ORGANISATEURS ET PARTENAIRES DE LA MANIFESTATION

I- LES FRANÇAIS ET L'INSTALLATION DES CITADINS À LA CAMPAGNE

Aujourd'hui en France, 25 millions de personnes vivent dans une agglomération de plus de 200 000 habitants (source INSEE), soit près de 40 % de la population. 11 millions d'entre eux, confirment aujourd'hui leur désir de campagne et leur souhait d'y vivre un jour sans pour autant rejeter la ville révélant ainsi les nouveaux phénomènes de mobilité et de cycle de vie des ménages. Si l'attrait des campagnes reste avant tout résidentiel, les campagnes sont aussi perçues aujourd'hui comme des lieux d'activités professionnelles pour 22% des migrants potentiels. Pour capter ces migrants potentiels, un double enjeu doit être relevé par les territoires ruraux : préserver leur territoire comme lieu de vie et d'activité et répondre aux besoins d'information tant sur leur offre des potentiels d'activités et d'emplois que sur leur offre d'accompagnement et d'intégration.

LES CITADINS RÊVENT DE VIVRE À LA CAMPAGNE

Les chiffres parlent d'eux-mêmes et le confirment. La campagne est et reste attractive. Aujourd'hui, 43% des citadins habitants dans des agglomérations de plus de 200 000 habitants, soit près de 11 millions de personnes, expriment un désir de campagne. Parmi eux, 2,365 millions affirment leur souhait d'engager des démarches concrètes d'installation dans les 5 années à venir. Les motivations premières de ces citadins restent principalement la recherche d'une meilleure qualité de vie (66%) et d'une meilleure qualité de l'environnement (60%).

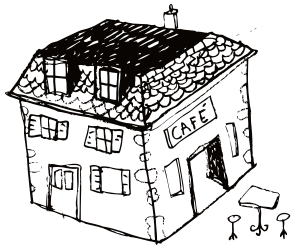
En revanche, pour les citadins qui n'expriment pas le souhait de vivre à la campagne, les principales raisons sont le manque de commerces de proximité (56%) ainsi que le manque d'installations et d'activités culturelles et de loisirs (41%). A noter que la question de l'intégration à la vie locale ne représente que 9% des freins évoqués.

Parmi ces citadins qui désirent vivre à la campagne, le sondage révèle que cela concerne plus d'un jeune sur deux de 18 à 35 ans (53%) ! Globalement, ce souhait touche principalement les actifs (la classe d'âge 25-49 ans) -ouvriers (60%), professions intermédiaires (48%), professions libérales et cadres supérieurs (47%)- les retraités n'étant que 17% à exprimer ce souhait, ceci allant peut-être à l'encontre d'idées reçues. Les principaux freins évoqués par les retraités : le manque de commerces de proximité (56%) et le déficit en matière d'offre de service de santé (53%). En revanche, pour les jeunes, si le manque de commerce de proximité représente aussi un frein (59%), c'est le manque d'installations et d'activités culturelles et de loisirs qui est cité en seconde position (54%).

Notons que le manque de perspectives professionnelles arrive en 3ème position (42%). Si le désir de campagne est confirmé, il ne se construit pas pour autant sur le rejet de la ville. En effet, 91% des citadins se déclarent être globalement satisfaits de vivre dans une agglomération. Seul 5% déclarent mal vivre la ville. Ces données, peuvent apparaître paradoxales mais semblent révéler ces phénomènes de mobilité et de cycle de vie des ménages (identifiés par l'INSEE) qui indiquent la succession de temps ou l'on habite plutôt en ville, plutôt à la campagne selon ses aspirations et ses moyens.

LES ESPACES RURAUX PERÇUS COMME DES TERRITOIRES PORTEURS D'AVENIR

L'image de la campagne est aujourd'hui renouvelée. En effet, près de 2/3 des citadins (59%) voient dans les espaces ruraux des territoires d'avenir. Ainsi l'influence négative du contexte économique, énergétique et environnemental actuel sur l'attrait exercé par la campagne reste limitée. Moins d'un citadin sur cinq (19%), souhaitant s'installer à la campagne, se sent désormais moins attiré par elle. L'impact négatif est nul



sur les plus
déterminés, à savoir ceux voulant engager des démarches dans les cinq ans.

LA CAMPAGNE POUR Y FAIRE QUOI ?

Si l'attrait des campagnes restent avant tout résidentiel (retraite 50% et lieu de résidence pour les actifs 28%), les campagnes sont aussi perçues aujourd'hui comme des lieux d'activité professionnelle pour 22% des migrants potentiels. Ce sont plutôt les jeunes (30% des moins de 35 ans, contre seulement 14% des 35 ans et plus) et des personnes sans attache (27% des citadins sans conjoint dans leur foyer) qui envisagent cette éventualité.

Notons que ce souhait d'activité professionnelle se caractérise pour 45% par l'entreprenariat et pour 55% par le salariat (à mettre en relation avec les problèmes récurrents exprimés par les entreprises en milieu rural sur leurs fréquentes difficultés à recruter). 8 de ces migrants potentiels sur 10 déclarent même être prêt à accepter une baisse de leur revenu pour réaliser leur projet d'installation. Ces données semblent confirmer l'importance grandissante donnée au « projet de vie » dans les motivations d'installation sur les territoires ruraux.

QUELLE CAMPAGNE ET POURQUOI ?

Même si la présence de commerces de proximité (36%), d'infrastructures de transports (31%) et de services de santé (27%) sont des critères importants guidant le choix du territoire d'accueil, c'est plutôt la combinaison et la répartition équilibrée de ces éléments qui importe dans le choix d'installation. L'enjeu pour les campagnes est bien ici de pouvoir préserver l'éventail des fonctions et des aménités (services, équipements, logements, vie sociale et culturelle, activités économiques…) nécessaires à l'attractivité des territoires.

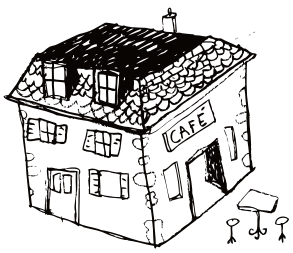
D'ailleurs sont cités comme dispositifs ou initiatives susceptibles d'aider à la mise en oeuvre des projets d'installation, des actions en faveur de l'intégration (52%), des actions en faveur de l'achat ou de la location de logements (48%), des actions en faveur de l'emploi ou de la création d'activités (41%).

L'ENJEU DE L'INFORMATION DANS LE PASSAGE À L'ACTE

Si près d'un migrant potentiel sur deux (47%) souhaitant s'installer dans les 5 ans en milieu rural affirme savoir vers quelle personne ou quel organisme s'adresser pour engager ses démarches, ils ne sont plus que 2 sur 10 (21%) à déclarer disposer déjà de toutes les informations utiles et nécessaires à la mise en oeuvre leur projet.

Plus dommageable, il apparaît un déficit d'information sur l'offre des potentiels d'activités (51%) et d'emplois (43%) des territoires. De la même manière, un migrant potentiel sur deux déclare être mal informé sur l'offre d'accompagnement et d'intégration pouvant être proposée par les territoires.
On comprend là tout l'intérêt (d'ailleurs plébiscité, 22% soit 550 000 personnes) de l'organisation de salons ou de foires spécialisés consacrés à la thématique de l'installation en milieu rural.

Résultats du sondage réalisé par Ifop pour Projets en Campagne auprès des habitants d'agglomérations de plus de 200 000 habitants. La représentativité de cet échantillon de 740 personnes de la population âgée de 18 ans et plus, a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Interviews téléphoniques réalisées du 11 au 16 AVRIL 2009



II- TOUS LES DEUX ANS, LES CITADINS QUI VEULENT CHANGER DE VIE ET LES TERRITOIRES RURAUX QUI SOUHAITENT ACCUEILLIR DE NOUVEAUX HABITANTS SE RENCONTRENT À LIMOGES

La rencontre, basée sur un concept de "Foire", se déroule tous les 2 ans à Limoges, pendant deux journées au mois de juin. Le succès des quatre premières éditions illustre la pertinence de la démarche et met en évidence le regain d'attractivité des campagnes, véritable phénomène de société que les pouvoirs publics, nationaux et locaux, intègrent de plus en plus.
Chaque édition a accueilli entre 3 000 et 3 500 visiteurs, en provenance de toute la France et de plusieurs pays européens, et en 2007, plus de 130 exposants (territoires et organismes conseils) étaient présents pour informer, conseiller et échanger avec les visiteurs.

La 5ème édition se déroulera, toujours à Limoges, les 26 et 27 juin. **Elle s'inscrit dans un contexte de mutation des espaces ruraux où les campagnes peuvent proposer de nouvelles perspectives d'emploi, de création d'activités, dans des secteurs professionnels porteurs** (santé, économie sociale et solidaire, éco-construction, télé travail) et au-delà, tout simplement, de nouvelles perspectives de projet de vie.

SUR L'ESPACE TERRITOIRES…

- Des territoires venus de toute la France entrent en contact direct avec les visiteurs et leur **présentent informations, documentations et offres** (création ou développement d'activités, commerces, entreprises à reprendre, projets de développement local à mettre en œuvre, offres d'emploi, locaux disponibles…).

SUR L'ESPACE CONSEILS…

- Des **organismes conseils** sont présents pour parler montage de projets, études économiques, possibilités financières, outils et types d'activités à développer avec tous les visiteurs intéressés.
- Des **entretiens individuels** sont également proposés par des techniciens professionnels de l'installation pour aider les visiteurs à mûrir leur projet

SUR LE NOUVEL ESPACE INITIATIVES ET EMPLOIS…

La mise en valeur des offres d'installation et des initiatives dans des secteurs professionnels particuliers se fera au travers de l'espace Initiatives et Emplois qui viendra compléter les espaces « Territoires » et « Conseils » et permettra de faire un « zoom » sur des secteurs professionnels spécifiques qui offrent un potentiel de créations d'activités ou d'emplois en milieu rural. Ces secteurs correspondent aussi à des domaines où les territoires ruraux développent des approches spécifiques et innovantes (*voir page suivante*).

PROJETS EN CAMPAGNE 2009 :

165 exposants

110 territoires présents (régions, Départements, Pays, PNR, Communautés de communes, Communes)

15 régions représentées

57 structures conseils, de formation ou d'accompagnement

III- QUATRE SECTEURS QUI OFFRENT DES PERSPECTIVES DE CRÉATIONS OU D'EMPLOIS EN MILIEU RURAL

Sur chaque Zoom de l'espace Initiatives et Emplois seront présents trois à cinq territoires, des organisations professionnelles, des structures conseils, des organismes de formation, qui apporteront informations (sur le secteur professionnel, ses possibilités, ses réseaux) mais aussi des offres (d'emploi, de services…). Cet espace permettra aux visiteurs de mieux connaître un secteur professionnel dont le développement et la vivacité en milieu rural sont méconnus. Conseils, illustrations concrètes, mini conférences viendront ponctuer la vie de ce Pôle et permettront d'explorer toutes les facettes d'une branche professionnelle.

ZOOM ÉCONOMIE ET EMPLOIS SOLIDAIRES

Novembre 2008, la France a fêté un peu partout le mois de l'économie sociale et solidaire. Projets en Campagne 2009 permet de découvrir les entreprises, associations, fondations et mutuelles qui se cachent derrière ce nouveau cadre économique. Les structures présentes informeront les porteurs de projets sur ces formes d'activité, fondées sur la coopération et l'intérêt collectif et sur une économie respectueuse des personnes, des territoires et de l'environnement. Les informations et conseils proposés, les offres d'emplois et les conférences permettront de mieux appréhender ce secteur qui représente aujourd'hui 10% de notre PIB, et sans doute beaucoup plus à l'avenir.

ZOOM MÉTIERS DE LA SANTÉ

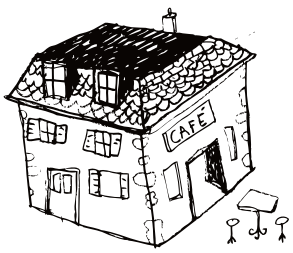
Le maintien de services médico-sociaux de proximité en campagne représente très souvent un enjeu de taille pour les élus et une nécessité pour les habitants… Projets en Campagne 2009 présente le panorama des emplois relevant du secteur médical, paramédical ou de la prévention et la présence des territoires en recherche de professionnels généralistes ou spécialisés. Ce stand sera également l'occasion de découvrir la toute nouvelle organisation territoriale des métiers de la santé et du social.

ZOOM TÉLÉ TRAVAIL ET TIC

À l'heure du haut débit, de nombreux créateurs d'entreprise font le choix du télé travail et partent alors s'installer à la campagne. « Travailler chez soi » devient de moins en moins un luxe ou un rêve inaccessible, 5,6% des salariés en France ont fait ce choix. Projets en Campagne 2009 permet de découvrir les types d'activités qui peuvent s'exercer sous cette forme dématérialisée mais aussi de rencontrer ceux qui ont réussi et qui donneront les quelques clés pour travailler à domicile à la campagne. Des offres d'installation dans des « télé centres » ruraux seront également disponibles.

ZOOM ECO-CONSTRUCTION

De plus en plus d'habitants et d'entreprises font le choix de technologies et de matériaux respectueux de l'environnement pour la construction de leur bâtiment privé ou professionnel. A l'heure du développement durable, qu'en est-il réellement des métiers, formations et entreprises qui œuvrent pour l'éco-construction ? Entreprises et réseaux d'éco-bâtisseurs seront présents sur ce stand pour répondre aux questions, fournir les adresses utiles pour se former, trouver un emploi dans ce secteur ou tout simplement construire sa maison HQE.



IV- DU "TRÈS CONCRET" PENDANT TOUTE LA MANIFESTATION !

ATELIERS DÉBATS ET MINI CONFÉRENCES

Pendant toute la durée de la manifestation, un **cycle d'ateliers-débats**, traitant de thèmes généraux ou thématiques propose témoignages de personnes installées et conseils assurés par des professionnels issus d'organismes d'accompagnement publics et privés.
Ces ateliers-débats permettront l'échange d'expériences et de témoignages mais également le débat entre professionnels d'un même secteur, territoires présents à Projets en Campagne et visiteurs/usagers. Parmi les thèmes :
- préparer son installation sur un territoire rural
- les activités touristiques en milieu rural
- créer ou reprendre une activité commerciale ou artisanale
- les projets culturels en milieu rural
- les nouvelles formes d'agriculture
- activités atypiques : accompagnement spécifique ?

Des **mini-conférences** en lien avec les zooms de l'espace Initiatives et Emplois viendront préciser des points spécifiques (juridiques, techniques, financiers, éthiques) pour chaque domaine professionnel représenté. Elles seront suivies de débats où chaque visiteur pourra échanger avec le professionnel invité.

ESPACE LIBRAIRIE

Un espace librairie vous permettra de feuilleter et/ou d'acheter tous les ouvrages sur la campagne. **Philippe Bertrand** qui anime tous les jours l'émission « *Carnets de Campagne* » sur France Inter sera présent le samedi 27 juin pour une séance de dédicace de son dernier ouvrage «Ceux qui font bouger la France» sur l'espace librairie en début d'après-midi. **Bernard Farinelli** sera présent quant à lui sur le stand de Village magazine le vendredi de 14h à 16h pour dédicacer son dernier ouvrage «*Quitter la ville, mode d'emploi*».

HORAIRES des Ateliers-débats

VENDREDI	SAMEDI
11h30-13h00	10h30-12h
14h30-16h	14h-15h30
17h30-19h	16h30-18h

HORAIRES des mini-conférences

11H-12H	MÉTIERS DE LA SANTÉ
13H30-14H30	ECO CONSTRUCTION
16H00-17H00	TÉLÉTRAVAIL ET TIC
17H00-18H00	ECONOMIE ET EMPLOIS SOLIDAIRES

ANIMATIONS CULTURELLES

Projets en campagne se met en quatre pour vous recevoir ! Après l'ambiance du village des producteurs du Limousin et d'ailleurs, le Salon vous déroule le tapis rouge. Hôtes et hôtesses aux allures étonnantes vous attendent. *Les Farces de l'ordre*, l*a société de sociologie rurale*, *Les Municipô*, spécialistes en propreté et Les grooms vous font un accueil en couleurs. Comment s'orienter ? Vers l'Ouest, vers l'Est ? La terre est ronde… Chaque territoire ou organisme conseil est prêt à accueillir. Dans un Palais transformé en village, découvrez les nouveaux métiers du développement durable ou du télétravail. Des métiers créatifs comme ces plasticiens inventifs qui réélaborent l'univers rural.

Au repas, *Tribal Banda* prête à flâner, dehors sur un banc, face aux grandes voiles qui ornent le palais, à imaginer le voyage à entreprendre… Bâtir son projet est aussi affaire de coup de cœur. Vivez l'émotion d'un Transport exceptionnel, chorégraphie étonnante en guise d'au revoir.
Moments conçus par **Sirventés** avec la complicité des **Compagnies Trottoir Express, La POP, La Manivelle, Le Beau Geste.**

Une programmation commune avec le festival Urbaka (20ème festival des Arts de la Rue) est organisée au travers de la représentation de la Compagnie Beau Geste. Faisant ainsi le lien avec la manifestation, le festival Urbaka se déroulera à Limoges et en Limousin du 24 au 28 juin 2009.

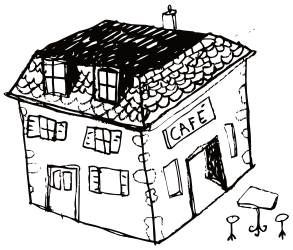
V- LE PROFIL DES VISITEURS

L'enquête réalisée auprès des participants 2007 confirme les tendances observées en 2005 : 22 % de 25-34 ans, 29 % de 35-44 ans, 39 % de 45-60 ans et 75 % de couples.

Comme les autres années, 64 % sont en activité, 26 % en recherche d'emploi. Les CSP permettent de distinguer 26 % d'employés, 10 % d'artisans commerçants. En revanche, représentant 43 % des visiteurs, les cadres sont devenus majoritaires alors qu'ils n'étaient que 26 % en 2005.
Comme en témoigne le ressenti général, loin d'être des « rêveurs », les visiteurs sont engagés sérieusement dans leur démarche, et 53 % se situent dans une phase déjà avancée de leur projet.

Les porteurs de projets viennent à Limoges à la recherche de conseils précis, d'accompagnement ou de formation. La majorité envisagent une création ou une reprise d'entreprise, mais, fait nouveau, ils étaient 10 % à venir y chercher un emploi salarié (3 % en 2005) et 12 % un logement.

Les domaines d'activités envisagés restent très variés. On a pu noter une diminution des projets touristiques (15 % contre 20 % en 2005) ainsi qu'une légère augmentation des projets de nature culturelle et des activités de services.
51 % des visiteurs avaient déjà choisi leur destination.



VII- LES TROPHÉES DE L'ACCUEIL

A l'occasion de Projets en campagne, sont attribués les **Trophées de l'Accueil** et le **Grand prix Martine Mauléon du Territoire d'Accueil**.

Ces Trophées et ce Grand Prix sont décernés par un jury de journalistes nationaux afin de distinguer, valoriser et promouvoir des territoires ruraux, des associations, des structures coopératives engagés dans des actions en cours ou réalisées en vue d'accueillir de nouveaux habitants dans un souci de développement de leur territoire.

LES LAURÉATS 2007

Grand prix Martine Mauléon du Territoire d'Accueil
Communauté de communes de la vallée de Saint Amarin
Région Alsace
Suite à la crise industrielle du textile qui a touché son territoire, la Communauté des Communes de St Amarin s'est lancée dans un gigantesque chantier de reconversion économique doublée d'une mise en valeur du patrimoine culturel, historique et touristique axé sur le savoir faire textile. La CC a racheté 60000 m2 de friches industrielle de Wesserling pour les réaménager et les transformer en hôtel d'entreprises, logements, services etc. Elle accueille aujourd'hui 35 PME ayant créé 120 emplois et a attiré déjà une centaine de nouveaux habitants. Les résultats ne s'arrêtent pas là : une dizaine d'entreprises sont dans l'attente des travaux de la deuxième tranche pour pouvoir s'installer…

Trophée de l'accueil Mention « développement durable»
Commune de Silfiac - Région Bretagne

Trophée de l'accueil Mention «dynamique territoriale»
Communauté de communes des Vallées vertes du Cher Ouest - Région Centre

Trophée de l'accueil Mention « initiative »
Le Couvent alternatif - Région Bretagne

Trophée de l'accueil Mention « Action innovante »
ARDTA « Les résidences d'entrepreneurs » -
Région Auvergne

Trophée de l'accueil Mention « accompagnement »
Pays Combrailles en marche - Région Limousin

Trophée de l'accueil Mention «accueil sans frontières»
Association Néerlandaise Club Morvan - Région Bourgogne

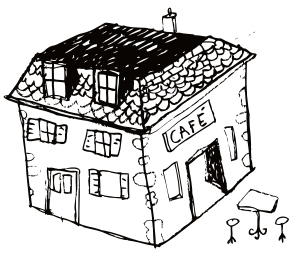
Trophée de l'accueil Mention « solidarité »
Association Active - Région Bourgogne

Trophée de l'accueil - Pays de Langres
Charte dédiée à l'accueil de nouvelles populations
Région Champagne Ardenne

Trophée de l'accueil
Parc Naturel Régional de la Haute Vallée de Chevreuse
Région Ile de France

Trophée de l'accueil
Hameau de Hautpoul, commune de Mazamet
Région Midi Pyrénées

Les Trophées de l'accueil 2009 seront remis le vendredi 26 juin à 15h, place de la Foire, à l'intérieur du Palais des Expositions.



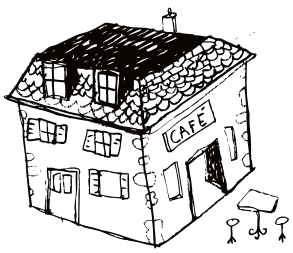
VIII- ORGANISATEURS ET PARTENAIRES

COLLECTIF VILLE CAMPAGNE

Créé en 1999, le Collectif Ville Campagne est à l'origine du concept des politiques d'accueil et travaille depuis à leur développement. Cette association nationale rassemble aujourd'hui 23 organismes. Ensemble, ils réfléchissent à la construction de campagnes vivantes et attractives avec les collectivités, les acteurs socioprofessionnels et les porteurs de projet. Le Collectif Ville Campagne structure son travail autour de trois missions principales :
- Informations et conseils aux porteurs de projet
- Formation et accompagnement à destination des territoires et des acteurs socioprofessionnels
- Recherches et études sur la thématique de l'accueil

AGENCE DE SERVICES ET DE PAIEMENT

Née le 1er avril 2009, du rapprochement du Cnasea et de l'AUP, l'Agence de services et de paiement, est un opérateur interministériel qui contribue à la mise en œuvre de politiques publiques dans des secteurs très variés : agriculture, pêche, développement rural, forêt, emploi, formation professionnelle, actions sociales. Elle est l'un des plus gros organismes payeurs européens (18 milliards de crédits d'intervention) et paie notamment l'ensemble des aides relatives à la politique agricole commune en France. Elle est aussi très présente dans le domaine de la formation professionnelle et de l'emploi, puisqu'elle contribue à la mise en œuvre du plan de cohésion sociale.



RÉGION LIMOUSIN

La Région Limousin a été la première en France et en Europe à s'engager dans l'élaboration et la mise en œuvre d'une politique d'accueil de nouveaux habitants. Elle en a fait une de ses priorités pour répondre aux enjeux majeurs de son territoire.
Le Limousin est devenu la 6ème région en matière d'attractivité. Pour la 1ère fois depuis des décennies, il regagne de la population : + 20 000 habitants entre 1999 et 2008. Tout en poursuivant son action en faveur de l'accueil, la Région souhaite aujourd'hui accentuer ses démarches de prospection et renforcer l'articulation entre politiques d'accueil et projets globaux de territoires.

Avec le soutien de :

DIACT MASSIF CENTRAL

Depuis mai 2007, la Délégation Interministérielle à l'Aménagement et à la Compétitivité des Territoires (DIACT), ex DATAR, est mise à disposition auprès du ministère de l'écologie. La DIACT Massif est l'organisme qui a pour mission la mise en œuvre de la politique d'aménagement et de développement durable du territoire à l'échelle du Massif-central (six régions).

FONDATION RTE

La Fondation RTE intervient dans le domaine de la solidarité en milieu rural en soutenant des projets de proximité, portés par des organismes d'intérêt général, permettant de lutter contre l'exclusion, de créer du lien social et de préserver l'environnement.

CAISSE DES DÉPÔTS ET CONSIGNATIONS

Le groupe Caisse des Dépôts est un groupe public au service de l'intérêt général et du développement économique du pays. Le groupe investit dans des projets au service du développement de tous les territoires et notamment en accompagnant les collectivités territoriales sur le long terme.

Et le partenariat de :

Pôle Emploi et Radio Bleu s'engagent cette année auprès des organisateurs dans la communication de Projets en Campagne.

Entrée gratuite pour les visiteurs.

Limoges – Palais des Expositions
Vendredi 26 juin (9h-20h)
et samedi 27 juin 2009 (9h-19h)

N°Indigo 0 820 20 91 34
0,09 € TTC / MN

PROJETS EN CAMPAGNE
5ème FOIRE NATIONALE

www.projetsencampagne.com

Relations Presse :
Pic de la Mirandole
Danièle Mascaro
02 51 14 16 20
piclamirandole@reseune.fr